

ГУМАНІТАРНІ НАУКИ

УДК 172. 15:339.13(043.2)

Націлевич Я.А.

*Національний авіаційний університет, Київ***ПАТРІОТИЗМ ЯК ТРЕНД СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ**

Слово «патріотизм» походить від (грец. patriotes – співвітчизник, грец. patris – батьківщина) – це моральний, а також політичний принцип і соціальне відчуття, змістом яких є любов до Батьківщини (місця народження всіх поколінь предків і самої людини), відданість своєму народові, готовність заради них підкорити свої особисті потреби потребам суспільства. Патріотизм припускає гордість досягненнями і культурою своєї Батьківщини, бажання зберігати її характер і культурні особливості та ідентифікація себе з іншими членами нації, готовність підпорядкувати свої інтереси інтересам країни, прагнення захищати інтереси Батьківщини і свого народу.

Історичне джерело патріотизму – століттями і тисячоліттями закріплене існування відособлених держав, що формували прихильність до рідної землі, мови, традицій. В умовах освіти націй і утворення національних держав патріотизм стає складовою частиною суспільної свідомості, що відображає загальнонаціональні моменти в його розвитку. А з практичного боку – характеристика особистості, тобто особистість, котра сповідує патріотизм до певної країни, є патріотом цієї країни.

Останні роки українське суспільство переживає підйом патріотизму. Це позначається і на споживчих настроях українців: їм хочеться купувати товари та послуги українського походження або з елементами національної ідентифікації. Патріотичний тренд дав серйозний поштовх для розвитку бізнесу в Україні. Вже сьогодні українські споживачі готові тестувати, пробувати, споживати товари від українського виробника.

Для того, щоб дійсно утвердитися та завоювати прихильність споживачів потрібно не тільки використовувати національно-марковану продукцію, а слідкувати за її якістю. Першими відреагували на «національний тренд» виробники сувенірної продукції, пізніше – підприємства легкої промисловості та невеликі виробники харчової промисловості. Виробники продуктів харчування ще підключили тренд екологічності, автентичності і натуральності українських продуктів харчування.

Наприклад, український концерн Stoic (SoloMia) вважає, що надзвичайно важливо підтримувати патріотизм брендингом. І створив новий продукт – чай «жовто-блакитний» ТМ Askold. До його складу входить цейлонський чай високої якості, пелюстки волошок та соняшнику. Композицію жовтих пелюсток соняшнику, блакитних – волошок та чорного чаю добре видно крізь прозоре віконце на упаковці, яке має географічні контури України. Упаковку витримано в яскравих жовто-блакитних тонах, на ній розміщено слоган «З вірою в Україну», – наводить приклад вдалої патріотичної ходи в бізнесі.

Науковий керівник: Грищенко Н. І., ст. викладач